

ЗАХИСТ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В СФЕРІ ПОСЛУГ

А. О. Вітренко,
кандидат економічних наук, доцент, докторант,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
witrenko@gmail.com

В роботі розглядаються основні формальні та інші механізми захисту права інтелектуальної власності в сфері послуг. Проаналізовані причини слабкої активності сервісних підприємств при захисті їх інновацій. Визначено сектори та особливості застосування в сфері послуг патентів, механізмів авторського права, торговельних марок та особливості захисту компіляцій і баз даних.

Ключові слова: послуги, об'єкт авторського права, патент, комерційна таємниця.

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. В сучасній економічній літературі панує особлива думка, що підприємства, які функціонують в сфері послуг, потребують значно меншого рівня захисту права інтелектуальної власності на свою продукцію для підвищення її ринкової вартості, ніж підприємства матеріального виробництва чи сільськогосподарські підприємства. Таке наукове сприйняття пов'язане з тим, що постачальники послуг, як правило, не звертаються за отриманням патентів настільки часто, як підприємства в інших галузях. Це, в свою чергу, відображає нематеріальний характер інновацій в сфері послуг і труднощі застосування нових ідей в комерційно корисних послугах. Проте, існують передові технології, що були розроблені і впроваджені в деяких секторах послуг,

наприклад, програмне забезпечення, інформаційні технології, розваги та послуги засобів масової інформації, бази даних, а також ділових і фінансових послуг, де права інтелектуальної власності набувають все більшого значення.

Проблеми дослідження інтелектуальної власності відображені в роботах відомих українських та іноземних дослідників Базилевича В., Вірченка В., Мазур І., Маркусена Дж., Маркуса К., Ханела П. та інших. Проте, в доступній нам економічній літературі майже відсутні ґрунтовні наукові дослідження значення та механізмів захисту права інтелектуальної власності в сфері послуг. Такий стан речей ми вважаємо незадовільним, адже інтелектуальна власність і різноманітні професійні, технічні, технологічні та фінансові послуги лежать в основі сучасної економіки знань та світових глобалізаційних процесів.

Мета та методика дослідження. Мета нашого дослідження полягає у визначенні основних проблем захисту інтелектуальної власності в сфері послуг, які потребують значної наукової уваги та активізації емпіричних та економетричних досліджень, аналізі стандартних аргументів на користь необхідності захисту прав інтелектуальної власності в сфері послуг, інноваційних процесів в різних секторах сфери та використання ними методів та засобів захисту своєї інтелектуальної власності, аналізі взаємопов'язаних глобалізаційних процесів в секторах послуг та на ринках об'єктів права інтелектуальної власності.

Результати досліджень. Історичний аналіз розвитку світової економічної системи засвідчив, що функціонування підприємств сфери послуг супроводжувалося спробами формального захисту специфічних торговельних марок. Проте, в умовах

розвитку та інтенсифікації світової конкурентної боротьби виникає необхідність створення нової вартості послуги, а отже значно зростає роль інтелектуальної власності та її захисту.

Враховуючи класичні умови патентоздатності, ми можемо стверджувати, що підприємства сфери послуг мають значно менше можливостей для отримання патентів аніж більшість підприємств, які функціонують в сферах матеріального виробництва. Причиною цього є факт, що більшість інновацій, які використовуються в сфері послуг, не відповідають стандартам патентоздатності. Наприклад, знання бізнес-консультанта не можуть бути відтворені у якійсь матеріальній формі, крім того, багато інновацій в сфері послуг не можуть вважатися досить новими для отримання патентного захисту. Особливу увагу звернемо на факт, що в Міжнародній патентній класифікації відсутні специфічні категорії, які безпосередньо можна віднести до сервісної активності, наприклад, торгівля, охорона здоров'я, консалтинг, фінансові послуги тощо. Підприємства сфери послуг для отримання патенту мають створити винаходи, що можуть бути віднесені до інших категорій цієї класифікації.

Дослідження провідних світових науковців стверджують, що лише 7% підприємств, які працюють в сфері послуг, подавали заявки на отримання патентного захисту до Європейського патентного відомства, для порівняння в галузях промислового виробництва таких підприємств було 25%. При чому, питома вага «чистих» сервісних підприємств складала 3% від загальної кількості, 60% заявок на отримання патентів були отримані від підприємств, основним видом діяльності яких були наукові дослідження та послуги інжинірингу [4]. Решта заявок – підприємства галузей телекомунікаційних послуг. Такі дані засвідчують тенденцію до зростання патентного

захисту в сфері електроніки, а сектор наукових досліджень сприяє активізації інноваційної діяльності в галузях хімії, машинобудування, транспортних послуг. Тобто ми бачимо лише два патентоінтенсивних сектора послуг.

Крім того, відносно невелике число сервісних підприємств, які користуються патентним захистом, пояснюється тим фактом, що вони, як правило, є користувачами новітніх технологій. В багатьох сегментах послуг сутність інноваційного процесу зводиться до придбання і реалізації комп'ютерного обладнання та програмного забезпечення, хоча в деяких секторах можлива їх участь у спільних проектах з написання програмного забезпечення. Таким чином, сервісні фірми можуть розглядатися нетто-покупцями запатентованих товарів або ліцензій.

На нашу думку, той факт, що більшість підприємств сфери послуг не використовують патентний захист в своїй діяльності, не засвідчує відсутність інтересу з їхнього боку щодо захисту своїх знань, професійних навичок або технологічних розробок. Основною причиною є систематична необізнаність щодо механізму та можливостей патентування в сфері послуг, відсутність інформації щодо витрат на патентний захист та неможливість спрогнозувати потенційний економічний ефект. Більшість підприємств в своїй роботі застосовують механізми комерційної таємниці, конкурентних переваг ринкових лідерів, ринкової лояльності тощо, для захисту своїх внутрішніх технологічних процесів. Ці механізми є дуже важливими для досягнення конкурентних переваг підприємствами сфери послуг на їхніх ринках [4]. Таким чином, замість формального захисту прав інтелектуальної власності на нові технології, підприємства покладаються на закони, що захищають від недобросовісної конкуренції та імітації, а також на ефективні методи укладення

контрактів про нерозголошення зі співробітниками.

Подальші економічні дослідження засвідчили активізацію застосування патентного захисту в сфері послуг. Так, зростання кількості отриманих патентів на програмне забезпечення спостерігалось в США починаючи з 1981 року, після отримання рішення Верховного Суду США, в якому програмне забезпечення отримувало патентний захист на той час, протягом якого воно демонструє новизну і може бути використано в комерційних цілях. Але сумнівним є той факт, чи призвело це рішення до активізації інноваційних процесів в секторі послуг [3]. Скоріше за все, такий механізм використовується провідними виробниками програмного забезпечення з метою полегшення їх спільного використання в межах патентного пулу. В країнах Європи захист програмного забезпечення все ще знаходиться в сфері захисту авторських прав. Однак, в останній час, процес видачі патентів на комп'ютерні програми значно поживався, особливо для тих програм, які мають виражений комерційний або матеріальний ефект. Це сприяє зростанню схильності до патентного захисту в сфері послуг.

Звернемо свою увагу на такий особливий об'єкт права інтелектуальної власності, як бізнес-процес або методи ведення господарської діяльності. В 1998 році рішенням Федерального окружного суду в США були створені умови для отримання патентного захисту на ці об'єкти. Такі патенти видаються у якості виняткових прав на засоби ведення підприємницької діяльності: процедури бухгалтерського обліку, механізми оцінки, інструктивні методи і аналітичні методи, які зазвичай застосовуються за допомогою комп'ютерних програм. Проте таке істотне розширення переліку об'єктів для патентування є суперечливим, адже дуже часто такі нематеріальні активи

підприємства не можуть вважатися новими або неочевидними. В практиці ЄС такі об'єкти інтелектуальної власності отримують більш стандартизований захист завдяки механізму комерційної таємниці.

Підводячи підсумок, відзначимо, що більшість технологічних засобів та інструментів в сфері послуг не беруть участі в реальних інноваційних процесах, та не можуть бути запатентовані. Сервісні підприємства, з метою захисту своїх знань, покладаються на механізми комерційної таємниці та створення інших додаткових ринкових переваг. Проте, телекомунікації, науково-дослідні послуги, а також деякі бізнес-послуги стають все більше запатентованими в ЄС, а індустрія програмного забезпечення (в якості сектору сфери послуг) визнає важливість та необхідність патентів для реєстрації власних інновацій та отримання стратегічних переваг на ринку.

В сфері послуг є, принаймні, дві галузі, які в значній мірі залежать від захисту авторських прав. Перша галузь – виробництво програмного забезпечення, яке, відповідно до обох правил TRIPS і ЄС, захищене авторським правом. Такий захист підтримує ліцензійні умови, що не дозволяють користувачам створювати додаткові копії та проводити обмін ними. Друга – засоби масової інформації та виробники культурних послуг, які починають все більше цікавитися виробництвом цифрових копій своїх програм, поширенням Інтернет-контенту, електронною комерцією. До них можна також віднести запис фільмів та музики, телевізійне мовлення, кабельний та супутниковий сигнал. В літературі існує дискусія, щодо того, до якої галузі їх віднести – матеріальне виробництво чи послуги. Однак, на нашу думку, навіть якщо музична композиція чи програма мовлення втілена на фізичному носії, її автори, виконавці чи виробники надають послуги з метою отримання додаткового доходу. Надання таких

розважальних послуг вимагає значних виробничих витрат на їх організацію. Крім того, існують значні операційні витрати в процесі збору та отримання ліцензійних платежів від господарських суб'єктів, які використовують в своїй діяльності такі послуги (наприклад готелі, ресторани та бари, які використовують музикальний фон). Авторське право пропонує правовий механізм розподілу таких прав і ефективного збору таких платежів. Без нього розвиток індустрії культурних послуг значно ускладнюється чи стає майже неможливим [1].

Крім сектору культурних послуг існують, також, інші їх види, які повністю залежать від ефективності захисту авторського права. Наприклад, послуги архітекторів та інженерів, що мають інноваційну складову та можуть бути кодифіковані в різноманітних форматах та на матеріальних носіях.

В такому контексті інноваційні процеси та творчість в сфері послуг значною мірою залежать від ефективної системи авторського права. Виробники та постачальники послуг мають високий рівень зацікавленості в успішності її функціонування. Більш того, такі послуги все частіше можуть бути запропоновані через Інтернет, тобто, контент-провайдери зацікавлені в використанні як юридичних, так і технічних засобів та механізмів для запобігання несанкціонованому їх використанню.

Наступним об'єктом права інтелектуальної власності, який має безпосереднє відношення до сфери послуг, ми можемо визначити компіляції і бази даних. У правовому режимі захисту цього об'єкту лідером є країни ЄС. Відповідно до Директиви ЄС від 1996 року захист баз даних за допомогою авторського права був доповнений елементами патентного захисту. Згідно з цією Директивою, укладачі бази даних з наявних фактів, навіть якщо ці факти були у вільному доступі, забезпечуються

винятковими правами на відповідне використання цих даних. Директива не встановлює суттєвих вимог до творчості в зборі даних. Її мета полягає в стимулюванні підприємств сфери обслуговування до накопичення даних в форматах, які можуть бути комерційно корисні.

Нарешті, якщо підприємства сфери послуг не застосовують в своїй діяльності формальні механізми охорони права інтелектуальної власності за допомогою патентів чи механізмів авторського права, більшість з них зареєстрували власні торговельні марки як всередині країни, так і за кордоном. Основною метою торговельних марок є інформування споживачів про кінцеве походження та виробника послуги. У зв'язку з цим, товарні знаки дають стимул для сервісних підприємств постачати на ринок послуги гарантованої якості. Дійсно, реєстрація товарних знаків є сигналом підприємства про намір розширення маркетингової діяльності або розширення географії послуг чи їх асортиментного переліку. Крім того, торговельні марки можна розглядати у якості інноваційної діяльності в сфері послуг, а деякі вчені взагалі розглядають кількість зареєстрованих торговельних марок, як вимір рівня інноваційності підприємства в сфері послуг [5].

Висновки та пропозиції. Проведене нами економічне дослідження, дає нам підстави стверджувати, що формальний захист права інтелектуальної власності в сфері послуг має суттєве значення. Проте, характерні риси багатьох послуг перешкоджають широкому використанню патентів і авторських прав в якості засобу захисту інновацій та нових технологій в цих галузях. До них відносяться нематеріальність, технологічна комплексність, необхідність частотої взаємодії з споживачами тощо. Більш того, патентний захист менш ефективний для нематеріальних інновацій, які характерні для послуг, аніж для промислових технологій і матеріальних товарів, в той

самий час порушення права інтелектуальної власності в сфері послуг важко виявити і попередити. Як результат таких особливостей більшість підприємств сфери послуг розробляють та використовують ускладнені механізми та стратегії охорони власних інновацій та знання. Вони включають в себе комерційну таємницю, угоди про нерозголошення технологій, короткі інноваційні цикли, які є доповненням до формальних методів захисту права інтелектуальної власності. Однак, інновації стають все більше поширеним явищем в сфері послуг, а вихід підприємств обслуговування на міжнародні ринки стимулює їх до застосування формальних механізмів захисту права інтелектуальної власності.

Список використаних джерел

1. Anderson, B., James, V., Kozul, Z., and Wright, R.K., Copyrights and competition: Towards policy implications for music business development, CRIC Discussion Paper no. 33, 2000.
2. Bessen, J., and Hunt, R., An empirical look at software patents, Federal Reserve Bank of Philadelphia, working paper 03-17, 2004.
3. Boldrin, M. and Levine, D.K., The case against intellectual property, American Economic Review: Papers and Proceedings, vol. 92, no. 2, pp. 209–212, 2002.
4. Fraunhofer Institute, Patents in the service industries: Final report. Fraunhofer Institute Systems and Innovation Research, March, 2003.
5. Mendonca, S., Pereira, T.S., and Godinho, M.M., Trademarks as an indicator of innovation and industrial change, paper presented at the DRUID Summer Conference on Industrial Dynamics, Innovation and Development, Denmark, 2004.